

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาแผนงานวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปผลแผนงานวิจัย

5.1.1 สรุปผลโครงการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์

1) การพัฒนารูปแบบการผลิต

การพัฒนารูปแบบการผลิตโครงการวิจัยได้ดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าเค็ม) บ้านปางหมู ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนระหว่างวันที่ 25-26 เมษายน พ.ศ. 2552 เวลา 8.00 น. - 17.00 น. ณ.ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่นฯ บ้านปางหมู ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่นบ้านปางหมูปรับปรุงและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในการผลิตถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าเค็ม) ให้มากขึ้นซึ่งจะทำให้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถหาตลาดและหาช่องทางการจัดจำหน่ายได้เพิ่มขึ้น จากการศึกษาข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าเค็ม) ส่วนใหญ่ต้องการหาตลาดและช่องทางการจัดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตถั่วแปล่อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่วทั้งหมด ต้องการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยา (อย.) หรือ GMP ผู้ผลิตน้ำมันงาทั้งหมด ต้องการพัฒนากระบวนการผลิตให้ได้รับมาตรฐานอาหารและยา (อย.) หรือ GMP เช่นเดียวกัน

2) การระดมทุน ให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมสอดคล้องกับทรัพยากรของชุมชน

จากการศึกษาข้อมูลผู้ผลิตพบว่า ผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่นทั้งหมดสามารถระดมทุนร่วมดำเนินการได้ ส่วนใหญ่สามารถระดมทุนร่วมดำเนินการได้ไม่เกิน 10,000 บาท ผู้ผลิตถั่วแปล่อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่วจำนวน 3 ราย พบว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่สามารถระดมทุนร่วมดำเนินการได้ ส่วนใหญ่สามารถระดมทุนร่วมดำเนินการได้ไม่เกิน 3,000 ผู้ผลิตน้ำมันงาส่วนใหญ่สามารถระดมทุนร่วมดำเนินการได้ไม่เกิน 3,000 บาท

3) การนำรูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้การพึ่งพาทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นไปเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ

การเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ โครงการวิจัยได้จัดทำโครงการสัมมนาสรุปและนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย หมู่ 1 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” เมื่อวันจันทร์ที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2552 เวลา 8.00 น. - 17.00 น. ณ ห้องประชุมกลางคอย อาคารหอพักอาจารย์วิทยาลัยแม่ฮ่องสอนวิทยาเขตปางหมู มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสรุปและนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย หมู่ 1 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยต่อเนื่องจากโครงการนี้ เพื่อเผยแพร่ผลการวิจัยสู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไปซึ่งได้เชิญหน่วยงานทั้งภาคราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในเขต 15 อำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น ถั่วแปهل่อ ถั่วแปจ้อ ถั่วลิสงคั่วและกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาจำนวน 40 คนเข้าร่วมสัมมนาสรุปและนำเสนอผลการวิจัย

5.1.2 สรุปผล โครงการวิจัยทางการตลาด

โครงการวิจัยการจัดการความรู้ทางการตลาดได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์โครงการ ดังต่อไปนี้

1) การศึกษาสภาพและศักยภาพในการดำเนินการด้านการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรฯ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจพบโอกาสจากกระแสตลาดเพื่อสุขภาพ ความนิยมการท่องเที่ยวในระยะยาว และการสนับสนุนจากภาครัฐ และการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษา และหน่วยงานราชการ พบอุปสรรคเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในช่วงปี พ.ศ.2551 และ 2552 โครงการพบศักยภาพกลุ่มในการดำเนินการด้านการตลาดที่มีจุดแข็งจากกลุ่มมีภูมิปัญญา และวัฒนธรรมชาวไทใหญ่ในการหีบน้ำมันงา การคั่วทอดถั่วต่างๆ และการปักจักรตัดเย็บผ้าไต แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจมีจุดอ่อนที่ส่วนใหญ่ยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์บางรายการมีราคาแพงกว่าคู่แข่งชั้น รวมทั้งกลุ่มยังต้องการเพิ่มความรู้ และทักษะการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจ

2) การพัฒนารูปแบบการจัดการด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมฯ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นักวิจัยและกลุ่มวิสาหกิจร่วมกันพัฒนาขอบเขต

ตลาดจากเดิมที่บางกลุ่มวิสาหกิจผลิตสินค้าขายส่งให้แก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีกโดยไม่มีตราสินค้าของตนเอง กลุ่มวิสาหกิจดังกล่าวได้ร่วมกับนักวิจัยพัฒนาตราสินค้าของตนเองขายส่งให้แก่ผู้ค้าปลีก

- ด้านการจัดการตราสินค้า กลุ่มวิสาหกิจที่ยังไม่มีตราสินค้าของตนเอง ได้พัฒนาตราสินค้าขึ้น โดยการกำหนดชื่อตราสินค้า ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และสัญลักษณ์ตราชี้หือ แผ่นป้ายฉลาก และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทำให้ทุกกลุ่มวิสาหกิจมีตราสินค้าเป็นของตนเอง

- ด้านการเลือกตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจทุกกลุ่ม มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของตนเอง มีการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอย และด้านประโยชน์ด้านอารมณ์ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย และกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ถูกประเมินจากการทดสอบตลาดพบว่า กลุ่มเป้าหมายยอมรับผลิตภัณฑ์ในระดับพอใช้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว และยอมรับระดับดีในกลุ่มผู้รักษาสุขภาพ

- ด้านการมีส่วนร่วมผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจและนักวิจัยได้ออกแบบส่วนประสมผลิตภัณฑ์แล้วนำไปทดสอบตลาดใน 4 ร้านค้า ผลการวิจัยพบว่า การจัดการราคาของกลุ่มวิสาหกิจร่วมกับนักวิจัยทำการทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ โดยการทดสอบการตั้งราคาขายปลีกด้วยตนเอง และผลการตั้งราคาพบว่า ราคาที่กำหนดเป็นราคาที่เหมาะสม เพียงแต่บางผลิตภัณฑ์พบว่าขนาดบรรจุภัณฑ์ใหญ่เกินไปทำให้ยอดขายต่ำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่า ร้านค้าที่มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมและมีชื่อเสียงในตลาดที่ดี จะมียอดขายที่ดีกว่า ส่วนการสื่อสารการตลาดพบว่าผู้บริหารและพนักงานของผู้ค้าปลีก เห็นด้วยกับแนวทางการสื่อสารการตลาดของโครงการ

5.1.3 สรุปผลโครงการวิจัยทางการบัญชี

สรุปผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ สภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย การพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย และการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการนี้

1) การจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย

สมาชิกกลุ่มเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย ส่วนใหญ่มีอาชีพเย็บ-ปักผ้าไต เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 45 – 47 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้เฉลี่ย 6,896 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่ไม่เคยทำบัญชีครัวเรือนมาก่อน สภาพหนี้สินของเกษตรกรส่วนใหญ่มีหนี้สินปานกลางถึงน้อย

ก่อนการอบรมเกษตรกรมีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในระดับปานกลาง สมาชิกคิดว่าทุกคนต้องรู้และเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในระดับมาก โดยเกษตรกรจะนำความรู้เศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในอนาคตในระดับมากและมีความรู้เรื่องบัญชีครัวเรือนในระดับปานกลาง หลังจากที่ทำบัญชีครัวเรือนแล้ว เกษตรกรคิดว่าค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น จะลดลงในระดับปานกลาง

กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เคยทำบัญชีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาก่อน โดยมีความรู้เกี่ยวกับการบัญชีของการผลิตผลิตภัณฑ์ในระดับน้อย และคิดว่าการบัญชีเป็นเรื่องที่ยาก มีความคิดเห็นว่า การทำบัญชีมีประโยชน์ต่อการเพิ่มกำไรจากการขายสินค้าได้ในระดับปานกลาง โดยหลังจากการอบรมแล้วกลุ่มเกษตรกรจะทำบัญชีผลิตภัณฑ์ต่อไปอีกในระดับปานกลาง

สภาพการจัดทำบัญชีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย ยังมีน้อย แต่ในทางกลับกัน ความรู้ในเรื่องของการทำบัญชีทั่วไปของกลุ่มมีอยู่มาก จากการทำกิจกรรมระดมสมองทำให้ทราบว่ากลุ่มเกษตรกรมีความรู้เรื่องบัญชีจากระบบการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ แต่การบันทึกบัญชีของกลุ่มยังไม่มี การบันทึกบัญชีอย่างสม่ำเสมอ

2) การพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอย

การพัฒนารูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู หมู่ 1 และบ้านสบสอยนั้น จากเดิมกลุ่มเกษตรกรเคยได้รับความรู้จากหน่วยงานราชการ โดยรูปแบบบัญชีนั้นยากเกินความเข้าใจของกลุ่มเกษตรกร แต่เมื่อได้รับการพัฒนารูปแบบบัญชีที่สามารถเข้าใจได้ง่ายต่อการจดบันทึก ทั้งสมุดบัญชีครัวเรือนและบัญชีผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกร วิทยากร นักวิจัย และกลุ่มเกษตรกร จึงได้ร่วมกันพัฒนาและแก้ไขรูปแบบบัญชีที่เหมาะสมต่อสมาชิกกลุ่ม ในการบันทึกบัญชีใช้เกณฑ์เงินสดในการลงสมุดบัญชี โดยถือเอาเงินสดที่ผ่านเข้า-ออก ในครอบครัวของสมาชิกแต่ละคน จากนั้นทำการผ่านรายการไปยังงบกำไร-ขาดทุนของบัญชีผลิตภัณฑ์โดยรายละเอียดของงบกำไร-ขาดทุนประกอบไปด้วย รายได้ หักด้วย ต้นทุนและค่าใช้จ่าย หักค่าแรง หักรายจ่ายถาวรเฉลี่ยสินทรัพย์ถาวรเฉลี่ยต่อรอบการผลิต หักวัตถุดิบคงเหลือ

หลังจากที่ได้มีการปรับปรุงและพัฒนาสมุดบัญชีโดยผู้วิจัย วิทยากร และสมาชิกเกษตรกร จนได้รูปแบบที่เป็นที่ยอมรับในกลุ่มสมาชิกแล้ว จึงได้นำสมุดบัญชีไปบันทึกจริง แล้วมีการติดตามการบันทึกบัญชีของสมาชิกเกษตรกรอยู่เป็นระยะๆ จากนั้นจึงได้มีการออกแบบสอบถามหลังจากการเข้าร่วม โครงการ

หลังจากมีการฝึกอบรม กลุ่มเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงมากขึ้น ซึ่งจะนำความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในอนาคตและมีความรู้ในเรื่องการทำบัญชีครัวเรือนมากยิ่งขึ้น โดยหลังจากทำบัญชีครัวเรือนแล้วค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นลดลงในระดับมาก และในทางเดียวกัน เงินออมก็มากขึ้นเช่นกัน โดยในที่สุดเกิดการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล ประหยัด และใช้จ่ายเงินเท่าที่จำเป็น ในเรื่องของบัญชีผลิตภัณฑ์นั้น การทำบัญชีผลิตภัณฑ์ทำให้ทราบต้นทุนของผลิตภัณฑ์ในแต่ละเดือนอย่างแท้จริง ทราบผลการดำเนินงานจากการขายผลิตภัณฑ์ และสามารถแยกค่าใช้จ่ายระหว่างค่าใช้จ่ายในครัวเรือนและค่าใช้จ่ายในการผลิตได้ระดับมาก ทางกลุ่มเห็นว่าการพัฒนารูปแบบของสมุดบัญชีเข้าใจง่ายต่อการบันทึกบัญชีและจะทำบัญชีผลิตภัณฑ์ต่อไปอย่างยั่งยืน

3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มเกษตรกรบ้านปางหมูหมู่ 1 และบ้านสบสอย เป็นกลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันทำผลิตภัณฑ์จำนวนทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง ผลิตภัณฑ์จากถั่วแปหล่อ ผลิตภัณฑ์น้ำมันงา และการเย็บ-ปักผ้าไต ซึ่งได้รวมกลุ่มกันตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ ส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลายและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของกลุ่มเกษตรกร นำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการ พร้อมทั้งสร้างระบบแม่ข่ายวิสาหกิจกลุ่มเกษตรกรควบคู่กับการพัฒนาความรู้และทักษะ นักวิจัยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาด้านบัญชีของวิสาหกิจชุมชน โดยได้จัดให้มีการอบรม แลกเปลี่ยน และพัฒนารูปแบบบัญชีซึ่งให้ได้มาเพื่อสมุดบัญชีของกลุ่มเกษตรกร ผลจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มของสมาชิกเกษตรกรพบว่า กลุ่มเกษตรกรไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการบัญชีผลิตภัณฑ์ควรแต่มีการจดบันทึกเพียงแต่รายจ่ายและรายได้โดยไม่เป็นระบบ โดยไม่ได้คิดค่าแรงของตนเอง แยกบัญชีต้นทุนและค่าใช้จ่ายของผลิตภัณฑ์ออกจากกัน ผู้วิจัยจึงได้นำองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน ผสานกับความรู้สากลของนักวิจัย พัฒนาการทำบัญชีของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรให้อยู่ในรูปแบบที่ ถูกต้อง เหมาะสม เป็นระบบ สามารถตรวจสอบได้ โดยได้นำเอาบัญชีครัวเรือนตามแนวทางการปฏิบัติตนตามแนวพระราชดำริเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง มาผนวกเข้ากับบัญชีผลิตภัณฑ์ซึ่งสมาชิกกลุ่มได้ทำสมุดบัญชีเล่มเดียวแต่ได้ประโยชน์ทั้งสองด้าน ส่งผลให้กลุ่มเกษตรกรมีเงินออม รักษาการจตุการจ่าย เกิดการออม ชีวิตมีความสุขนำไปสู่สังคมและชุมชนที่น่าอยู่อย่างยั่งยืน

5.1.4 การนำรูปแบบการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนภายใต้การพึ่งพาทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่นไปเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสู่เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ โครงการวิจัยได้จัดทำโครงการสัมมนาสรุปและนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย หมู่ 1 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน” เมื่อวันจันทร์ที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2552 เวลา 8.00 น. - 17.00 น. ณ ห้องประชุมกลางคอกย อาคารหอพักอาจารย์วิทยาลัยแม่ฮ่องสอนวิทยาเขตปางหมู มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัด แม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสรุปและนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ถั่วเหลืองและน้ำมันงาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมูและบ้านสบสอย หมู่ 1 ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยต่อเนื่องจากโครงการนี้ เพื่อเผยแพร่ผลการวิจัยสู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องซึ่งจะนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไปซึ่งได้เชิญหน่วยงานทั้งภาคราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ตลอดจนเชิญวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น ถั่วแปบถั่ว ถั่วแปง ถั่วลิสงคั่วและกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาจำนวน 40 คนเข้าร่วมสัมมนาสรุปและนำเสนอผลการวิจัย ผลการเผยแพร่ผลการวิจัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่เห็นความสำคัญของการวิจัยเชิงปฏิบัติการดังกล่าวและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีและได้ขอให้ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนอย่างต่อเนื่องซึ่งหน่วยงานในพื้นที่ยินดีให้ความร่วมมือกับโครงการวิจัยลักษณะนี้ นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในตำบลปางหมูและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ก็พร้อมที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยต่อเนื่องต่อไป

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น(ถั่วเน่าแคบ)ทั้งหมด มีอาชีพหลักคือ การผลิตถั่วเหลืองแผ่น แสดงถึงความมั่นคงทางอาชีพของผู้ผลิตว่ามีรายได้ที่มั่นคงพอสมควรที่ประกอบอาชีพนี้เป็นหลัก สำหรับต้นทุนการผลิต รายรับและผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของผู้ผลิตนั้นพบว่า การผลิตถั่วเหลืองแผ่นครั้งละ 30 ลิตร ได้ผลผลิตครั้งละ 10 จ้อย (16 กิโลกรัม) มีรายรับจากการขายครั้งละ 650 บาท แต่มีต้นทุนซึ่งรวมค่าแรงงานครอบครัวแล้วเท่ากับ 700.65 บาท ขาดทุนครั้งละ 50.65 บาท โดยคิดค่าแรงงานครอบครัวครั้งละ 150 บาท แสดงว่าผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการผลิตมีค่าติดลบหรือขาดทุนครั้งละ 50.65 บาท หรืออธิบายได้ว่า ค่าแรงงานครอบครัวที่ได้รับจะ ได้รับเพียงครั้งละ 99.35 บาท หรือประมาณครั้งละ 100 บาท จากการวิเคราะห์ต้นทุน รายรับ และกำไรดังกล่าว จะส่งผลต่อการสะสมทุนของผู้ผลิตคือ ผู้ผลิตจะไม่มีโอกาสในการสะสมทุนเนื่องจากผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเป็นลบ ดังนั้นจะทำให้การพัฒนาหรือปรับปรุงกระบวนการผลิต โรงเรือนและปรับปรุงวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตมีปัญหาทางด้านเงินลงทุน ซึ่งมีข้อมูลยืนยันว่า ผู้ผลิตจำนวน 7 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 87.5 ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น จำนวนเงินลงทุนหมุนเวียนที่ต้องการอยู่ระหว่าง 10,001 – 50,000 บาท อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่ร้อยละ 62.5 ใช้เงินทุนหมุนเวียนจากเงินออมภายในครอบครัว แสดงถึงการพึ่งพาปัจจัยภายนอกของกลุ่มผู้ผลิตมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นการพึ่งพาเงินลงทุนภายในชุมชน แหล่งเงินทุนที่สำคัญของผู้ผลิตคือ สหกรณ์การเกษตรและกองทุนหมู่บ้าน

สำหรับประสิทธิภาพการผลิตของผู้ผลิตทั้งหมดพบว่า การผลิตมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบที่ ผู้ผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุดมีจำนวน 2 รายและมีประสิทธิภาพต่ำสุดจำนวน 2 ราย มีประสิทธิภาพร้อยละ 85.5 การหย่อนประสิทธิภาพเกิดขึ้นเนื่องจากการใช้แรงงาน ไฟฟ้าและน้ำประปามากเกินไป แต่ปัจจัยเหล่านี้เป็นสัดส่วนไม่มากนัก ในต้นทุนการผลิต ส่วนปัญหาในการผลิตที่เป็นปัญหาในระดับมากที่สุด คือ ปัญหาราคาวัตถุดิบสูง

รองลงมาคือ ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนและแหล่งทุน ปัญหาราคาผลผลิตตกต่ำและปัญหาการขาดเทคโนโลยีในการผลิตเป็นปัญหาในระดับมากและปานกลาง

ผลการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วแปบหล่อ ถั่วแปบจ่อและถั่วลิสงคั่ว ส่วนใหญ่ยึดเป็นอาชีพหลักและมีบางรายยังผลิตถั่วเหลืองแผ่นควบคู่กับการผลิตถั่วแปบหล่อ ถั่วแปบจ่อและถั่วลิสงคั่วอีกด้วย การศึกษาต้นทุนการผลิตในการผลิตต่อครั้งจำนวน 28 ลิตร การผลิตถั่วแปบหล่อ(ถั่วคั่วเกลือ) มีต้นทุนรวมเท่ากับ 640.86 บาท รายรับจากการผลิต 740 บาท มีกำไรจากการผลิตครั้งละ 99.14 บาท การผลิตถั่วแปบจ่อ(ถั่วแกะเปลือกทอคน้ำมัน) มีต้นทุนรวมเท่ากับ 1,075.52 บาท รายรับจากการผลิต 1,050.00 บาท ดังนั้นการผลิตแต่ละครั้งผู้ผลิตจะขาดทุนครั้งละ 25.52 บาท โดยคิดค่าแรงตนเองรวมไว้ในต้นทุนรวมแล้ว การผลิตถั่วลิสงคั่ว 1 ถัง มีต้นทุนรวมเท่ากับ 800.80 บาท รายรับรวมเท่ากับ 735 บาท ดังนั้นผู้ผลิตจะขาดทุนครั้งละ 65.86 บาท จากการศึกษาต้นทุนรายรับและกำไรของผู้ผลิตจะเห็นได้ว่า การผลิตผลิตภัณฑ์บางชนิดทำให้ผู้ผลิตขาดทุนและผู้ผลิตก็ทราบข้อมูลเหล่านี้ดี แต่ผู้ผลิตให้เหตุผลว่า การผลิตดังกล่าวเป็นการจ้างแรงงานในครอบครัวให้มีงานทำ การผลิตผลิตภัณฑ์หลายชนิดจะเป็นการเฉลี่ยกำไรและขาดทุน เนื่องจากผลผลิตจากการผลิตบางชนิดมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของถั่วทำให้ได้กำไรสูงขึ้น ส่วนปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตถั่วแปบหล่อ ถั่วแปบจ่อและถั่วลิสงคั่วคือ ปัญหาที่จัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนผลผลิตตกต่ำ ปัญหาการขาดวัตถุดิบสูง ปัญหาการขาดแหล่งเงินทุนสูงและหายาก ส่วนปัญหาด้านแหล่งเงินทุนพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ยืมมาจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรและกองทุนหมู่บ้าน และส่วนใหญ่ต้องการเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

จากการศึกษากลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาพบว่า มีกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาในหมู่บ้านปางหมู จำนวน 2 กลุ่มคือ 1) กลุ่มนางจันทร์ศรี สุธรรม มีสมาชิกจำนวน 11 ราย มีครกอีดงา 3 ครก ประกอบด้วยครกที่อีดงาด้วยแรงงานสัตว์ 1ครก และครกที่อีดด้วยมอเตอร์จำนวน 2 ครก 2) กลุ่มนางวัลภา เขื่อนรัตน์ มีสมาชิก 11ราย มีครกอีดงาด้วยมอเตอร์จำนวน 1 ครก สมาชิกส่วนใหญ่ไม่ได้อีดงาแต่เป็นลูกไร่หรือนำผลผลิตมาจำหน่ายให้กับหัวหน้ากลุ่ม กลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาบ้านสบสาย จำนวน 1 กลุ่ม คือ กลุ่มนางเสาวลักษณ์ มุ่งเจริญ มีสมาชิกจำนวน 30 ราย มีครกอีดงาจำนวน 1 ครก ใช้พลังงานน้ำในการอีดงา สมาชิกส่วนใหญ่ไม่ได้อีดงาแต่เป็นลูกไร่หรือนำผลผลิตมาจำหน่ายให้กับหัวหน้ากลุ่ม การศึกษาต้นทุนการผลิต การผลิตงาครั้งละ 1.5 ถัง(เมล็ดงา) มีรายรับจากการผลิตครั้งละ 30 ขวด ราคาขายส่งขวดละ 65 บาท เป็นเงินรวม 1,950 บาท ต้นทุนรวมเท่ากับ 1,617.38 บาท มีกำไรจากการผลิตครั้งละ 332.62 บาท ปัญหาที่เกิดจากการผลิตพบว่า ปัญหาที่พบในระดับมากคือ ปัญหาการขาดวัตถุดิบสูง ปัญหาคุณภาพผลผลิตไม่ได้มาตรฐาน ปัญหาการขนส่งเนื่องจากค่าขนส่งมีต้นทุนสูง การศึกษาแหล่งเงินทุนพบว่า เงินทุนหมุนเวียนของผู้ผลิตอยู่ระหว่าง 100,001 – 300,000 บาท ส่วนใหญ่ผู้ยืมมาจากสหกรณ์การเกษตรและกองทุนหมู่บ้าน

การพัฒนารูปแบบการผลิต การระดมทุนให้เป็นวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสม สอดคล้องกับทรัพยากรของชุมชน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพึ่งตนเองนั้น จากการศึกษาพบว่า ปัจจุบันแนวทางการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสามกลุ่มคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น(ถั่วเน่าแคบ) กลุ่มผู้ผลิตถั่วแปล่อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่วและกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงา ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงเพื่อการพึ่งตนเองในการดำเนินกิจการอยู่แล้ว จากข้อมูลการศึกษาที่จะเห็นได้ว่า เงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากเงินออม การพึ่งพาเงินทุนจากภายนอกชุมชนมีน้อย กระบวนการผลิตอาศัยภูมิปัญญาพื้นบ้านจากบรรพบุรุษ แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้ก็จะต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านของรูปแบบการผลิต การตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การระดมทุน การเงินและการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้กลุ่มดังกล่าวอยู่รอด ภายใต้กระแสการแข่งขันของโลกในยุคโลกาภิวัตน์ โดยยังยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของกลุ่มและชุมชนแนวทางการพัฒนาควรดำเนินการในรูปแบบของกลุ่ม ผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการสินค้าเฉพาะกลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่น กลุ่มผู้ผลิตถั่วแปล่อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่ว เนื่องจากสินค้าเหล่านี้จะรู้จักในเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เคยบริโภคเท่านั้น เช่น ถั่วเหลืองแผ่น(ถั่วเน่าแคบ) เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับปรุงอาหารของทางภาคเหนือและอาหารของไทยใหญ่ ถั่วแปล่อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่วเป็นอาหารทานเล่นของกลุ่มลูกค้าทางภาคเหนือเช่นเดียวกัน แต่ผู้ผลิตก็สามารถพัฒนากระบวนการผลิตปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดความสนใจมากขึ้น ซึ่งงานวิจัยที่ได้ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการไปแล้ว ส่วนกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงา สามารถที่จะพัฒนาปรับปรุงคุณภาพน้ำมันงาเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย มีทางเลือกสำหรับลูกค้าผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามผลงานวิจัยทางการตลาดในแผนงานวิจัยเดียวกัน

อภิปรายผลการศึกษาจากการศึกษาดูงาน และการสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชน

จากการศึกษาดูงานของกลุ่มวิสาหกิจบ้านปางหมู และบ้านสบสอย ได้รับรู้และประสบการณ์จากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านป่าไผ่ผู้ผลิต “กระเทียมดองบ้านป่าไผ่” กลุ่มผู้ผลิตผ้าฝ้ายทอมือบ้านคอนหลวง และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านกัวมีนผู้ผลิต “ถั่วหลวงทรงเครื่องสูตรเจ” ทั้งในด้านการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจ และการบริหารจัดการตลาด ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มวิสาหกิจจะมีสภาพปัญหาเป็นปกติ ขณะที่กลุ่มพยายามดำเนินธุรกิจและการตลาด จะมีสมาชิกที่ความเห็นแตกต่างกันเสมอ สมาชิกบางคนไม่เห็นด้วยกับแนวทางกลุ่มจะถอนตัวออกจากกลุ่มไป แต่ด้วยการยื่นหยัดของแกนนำ กลุ่มก็สามารถฝ่าฟันอุปสรรคจนมีความสำเร็จเกิดขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับความเห็นของผู้รู้ในชุมชนที่มองเห็นว่า แม้การรวมกลุ่มชาวบ้านแต่เดิมจะมีความสำเร็จระดับหนึ่ง แต่เพื่อความสำเร็จระดับสูงขึ้นยังต้องการการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มให้เกิดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจะดึงดูดสมาชิกเข้าร่วมงานกับกลุ่มมากขึ้น พร้อมกับเห็นด้วยกับแนวทางของกลุ่มที่ได้ดำเนินการจนมีความสำเร็จต่อเนื่อง ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจขั้นต้นจะเกิดจากการที่กลุ่มพึ่งพาตนเองเป็นหลักก่อน ภายหลังจากนั้นหน่วยงานพัฒนาต่าง ๆ ก็จะเข้ามาให้การสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของกลุ่มโดยรวมแล้ว ขึ้นอยู่กับ การพึ่งพาตนเองตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญ

2) ด้านการบริหารจัดการตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านดอนหลวงและบ้านกัวมื่น มีจุดแข็งจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีพื้นบ้านด้านการทอผ้าฝ้ายด้วยมือ การทำ ถั่วเหลืองแผ่นที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษซึ่งจะทำให้คู่แข่งขึ้นเลียนแบบได้ยาก จุดแข็ง ดังกล่าวถูกนำมาสร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ธุรกิจ ประสบผลสำเร็จระดับหนึ่ง เช่นเดียวกันกับกลุ่มวิสาหกิจบ้านปางหมู และบ้านสบสอยที่มี ภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านการหีบน้ำมันงาดำยครกหีบน้ำมันงาของชาวไทยใหญ่ การใช้แรงงานสัตว์เป็น พาหนะในการหีบน้ำมันงา การถั่วทอดถั่วหลวง การทำถั่วเน่าสูตรชาวไทยใหญ่ และการปักผ้าและ ตัดเย็บชุดชาวไตใหญ่ ดังนั้นภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นจุดแข็งที่คู่แข่งขึ้นเลียนแบบได้ยาก สามารถนำมา สร้างตำแหน่งผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากความสำเร็จของ 3 กลุ่มที่เป็นแบบอย่างใน การศึกษาดูงาน จึงน่าจะเป็นแนวทางให้กลุ่มวิสาหกิจบ้านปางหมู และบ้านสบสอย ได้มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจนสามารถเทียบเคียงหรือเอาชนะคู่แข่งขึ้นได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว จะต้องทำอย่างต่อเนื่องและเป็นระยะเวลายาวนาน นอกจากนี้จำเป็นต้องจัดทำระบบรับข้อมูล การตลาดย้อนกลับ ข้อมูลดังกล่าวอาจประกอบด้วยความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและผู้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายในอนาคต ข้อมูลคู่แข่งขึ้นด้านต่าง ๆ ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ ของตนและของคู่แข่งขึ้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ควรได้รับการพิจารณาจากกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ ตนเองตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งจะทำให้กลุ่มบ้านปางหมู และ บ้านสบสอยประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในอนาคตได้

4) จากการสัมภาษณ์ผู้รู้ในชุมชน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านปางหมูมีพื้นฐาน การรวมกลุ่มในชุมชนด้านวัฒนธรรมประเพณีค่อนข้างดี การรวมกลุ่มวิสาหกิจด้านอาชีพมี ความสำเร็จขั้นต้น อย่างไรก็ตาม กรณีกลุ่มวิสาหกิจบ้านสบสอยและบ้านปางหมูต้องการพัฒนาการ บริหารจัดการตลาดให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น มีตราสินค้าของตนเอง มีกำไรเพิ่มขึ้น มีความ จำเป็นต้องพัฒนาความรู้ และทักษะการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจให้สูงขึ้น ซึ่งการพัฒนาการ บริหารจัดการกลุ่มนี้ ต้องทำควบคู่กันไปกับการบริหารการตลาด หรืออาจกล่าวได้ว่าเมื่อขณะทำ การตลาดไปจะพบว่า ปัญหาบางส่วนเป็นด้านการบริหารจัดการกลุ่ม เมื่อถึงเวลานั้นกลุ่มต้อง

ร่วมกันแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการกลุ่มให้ลุล่วงไป การแก้ไขปัญหาดังกล่าวก็จะเป็นการพัฒนาความรู้ และทักษะการบริหารจัดการกลุ่มให้สูงขึ้นต่อไปอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการศึกษาจากการอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มฯ

1) **กลุ่มสหกรณ์ออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านสบสอย** กลุ่มมีการบริหารงานที่ค่อนข้างเข้มแข็งเนื่องจากมีความสำเร็จด้านการตลาดระดับหนึ่ง กลุ่มจึงมีการพัฒนาการบริหารงานกลุ่มไปได้ค่อนข้างดี แต่อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตของคณะนักวิจัยพบว่า ผู้เป็นแกนหลักในการบริหารจัดการและการบริหารการตลาด จะทำโดยหัวหน้ากลุ่มเป็นส่วนใหญ่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำการตลาดนั้นน้อยอยู่น้อย ฉะนั้นกลุ่มจึงควรพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารงานและการตลาดเพิ่มขึ้นทั้งนี้เพื่อความเข้มแข็ง และยั่งยืนต่อไปในอนาคต และแม้ว่ากลุ่มได้รับโอกาสการตลาดที่ดี แต่จุดแข็งที่ประยุกต์ใช้พลังงานทั้งหมดนี้ อาจต้องทำการวิจัยตลาดตรวจสอบว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มให้ความชื่นชมหรือไม่ หากผู้บริโภคให้ความชื่นชมอาจเป็นแนวทางให้กลุ่ม นำมาสร้างเป็นความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และสามารถขายได้ราคาสูงขึ้น และสามารถหลีกเลี่ยงการขายราคาถูกจากคู่แข่งรายสำคัญได้

ด้านกลุ่มเป้าหมายการตลาดที่ปัจจุบันได้เพิ่มขึ้นเป็น 2 กลุ่ม คือตลาดท่องเที่ยวและผู้รักสุขภาพนั้น กลุ่มควรมุ่งเน้นตลาดเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเป็นตลาดที่มีแนวโน้มที่ดีในระยะยาว ส่วนผู้ค้าปลีกรายเล็ก กลุ่มควรใช้การตลาดทางตรงเสนอขายสินค้า โดยหารายชื่อร้านค้ามุ่งหวังผ่านอินเทอร์เน็ต หรือนิตยสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำการตลาดทางตรงต่อเนื่อง และในกรณีที่กลุ่มเดินทางไปไปกรุงเทพฯ หรือจังหวัดใหญ่ ๆ ในภาคเหนือ ก็อาจใช้วิธีการเข้าไปติดต่อที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพชั้นนำของจังหวัดนั้น โดยตรง ทั้งนี้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่จะได้ช่องทางจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น ในกรณีร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือร้านสรรพอาหารขนาดใหญ่ เช่น เดอะมอลล์หรือสยามพารากอน ที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน และสินค้าเพื่อสุขภาพก็จำเป็นต้องเข้าไปเสนอขายสินค้าโดยตรง

จากการสังเกตร้านสรรพอาหารชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่ของคณะนักวิจัยพบว่า ในกลุ่มสินค้าน้ำมันงาที่ใช้สำหรับเป็นเครื่องปรุงอาหาร จะมีราคาต่ำกว่าตราสัญลักษณ์มาก ราคาเฉลี่ยขวดขนาด 500 ซี.ซี. ประมาณ 150 บาท ขณะที่สัญลักษณ์จำหน่าย 280 บาท อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันที่ไม่ใช้น้ำมันงาหีบเย็นจะมีต้นทุนถูกกว่าประมาณร้อยละ 20-30 ฉะนั้นราคาดังกล่าวเป็นสิ่งที่สะท้อนจุดอ่อนของผลการเลือกตลาด 2 ตลาด คือตลาดน้ำมันงาเพื่อการบริโภคและน้ำมันเพื่อการบำรุงผิว ทางออกของกลุ่มในระยะยาว คือ การเข้าไปทำตลาดเฉพาะผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้เนื่องจากมีราคาขายปลีกสูงกว่ามาก จากการสำรวจตลาดน้ำมันบำรุงผิวจากธรรมชาติในร้านค้าชั้นนำในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ราคาน้ำมันบำรุงผิวในขวดขนาด 500 ซี.ซี. จำหน่าย 500-800 บาท อีกทั้งกลุ่มยังมีรายการผลิตภัณฑ์ดูแลผิวที่ผลิตจากน้ำมันงาอีกหลายรายการ

จึงเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายบำรุงผิวพรรณ แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มอาจจำเป็นต้องสร้างตราสินค้าขึ้นมาใหม่ ที่มีคุณค่าประโยชน์ใช้สอยและด้านอารมณ์ที่เฉพาะสำหรับกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ

ในกรณีการแข่งขันในตลาดน้ำมันงาทั่วไป ที่เป็นตลาดทั้งสำหรับกรบริโภคและการบำรุงผิว และแข่งขันกันจำหน่ายในราคาต่ำ กลุ่มบ้านสบสอยจำเป็นต้องเพิ่มการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคด้านการหีบเย็นด้วยภูมิปัญญาชาวไตใหญ่ และพลังงานกั๊กหันน้ำเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ที่ใช้การหีบเย็นด้วยเครื่องจักร ซึ่งหากความแตกต่างนี้สามารถสร้างภาพพจน์ได้ดีกับตลาดผู้บริโภคที่มีรายได้สูงกว่า และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับ ภูมิปัญญาพื้นบ้านแล้ว กลุ่มก็สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในราคาที่สูงขึ้นได้และสามารถหลีกเลี่ยงการใช้ราคาในการแข่งขัน (Price War) ซึ่งจะไม่เป็นผลดีกับกลุ่มในระยะยาวเลย

2) **กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดสารเคมีบ้านปางหมู** ภายหลังจากการดำเนินกิจกรรมการตลาดมาช่วงระยะเวลาหนึ่ง กลุ่มค่อนข้างมีความเข้มแข็งขึ้นมาในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังคงต้องเพิ่มการบริหารจัดการตามความก้าวหน้าด้านการตลาด จากการสนทนากลุ่มพบว่า สมาชิกกลุ่มบางคนต้องการเพิ่มจุดแข็งด้านวัตถุดิบจากอินทรีย์ แต่ในขณะที่สมาชิกบางส่วนไม่สนับสนุนในภาวะการแข่งขันรายราคาต่ำของตลาดน้ำมันงาในจังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มยังคงต้องทบทวนจุดแข็งด้านภาพพจน์การใช้ภูมิปัญญาการหีบน้ำมันงาด้วยแรงงานสัตว์ที่จะสามารถสร้างคุณค่าในจิตใจกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มหรือไม่ หากกลุ่มพบว่ามีผู้บริโภคบางกลุ่มให้ความสำคัญด้านการศึกษา ภูมิปัญญาพื้นบ้านกลุ่มสามารถกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด และสามารถปรับราคายาขายปลีกให้สูงขึ้น และสามารถหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาได้ด้วย จากนั้นจึงปรับปรุงและพัฒนาส่วนประสมการตลาดสำหรับตอบสนองกลุ่มเป้าหมายนี้ให้ได้รับความพึงพอใจต่อไป

นอกจากนี้ การเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมาย 2 กลุ่มที่มีราคาขายแตกต่างกันค่อนข้างมาก ก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่กลุ่มจำเป็นต้องแก้ไขในภาวะราคาขายปลีกต่ำเช่นปัจจุบัน จากการสำรวจของคณะนักวิจัยพบว่า น้ำมันงาเพื่อการปรุงอาหารราคาเฉลี่ยขวดขนาด 500 ซี.ซี. จำหน่ายประมาณขวดละ 150 บาท ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขันไม่ใช่ น้ำมันงาหีบเย็นและจะมีต้นทุนถูกกว่าประมาณร้อยละ 20-30 ในขณะที่ผลิตภัณฑ์น้ำมันงาเพื่อการบำรุงผิว ขายปลีกประมาณขวดละ 500 ถึง 800 ร้อยบาท ฉะนั้นการที่กลุ่มรักษากลุ่มเป้าหมายเพื่อการรับประกัน อาจทำให้เสียโอกาสในตลาดราคาสูงได้ ซึ่งการแก้ไขปัญหาดังกล่าว อาจทำได้โดย การเลือกแนวทางการสร้างตราสินค้าใหม่ (Multi Brand) เพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดบำรุงผิว และสามารถเพิ่มราคาขายได้อีกค่อนข้างมาก

ด้านการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ กลุ่มควรเน้นการทำกิจกรรมการตลาดกับกลุ่มผู้รักสุขภาพเพิ่มขึ้น ควรเสนอขายสินค้าสู่ร้านค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น เพิ่มรายการผลิตภัณฑ์เพื่อการบำรุงผิวมากขึ้น เช่น ครีมล้างหน้า ครีมบำรุงผิวและน้ำมันงาเข้าไปในร้านค้าดังกล่าว หรืออาจใช้การตลาดทางตรงเสนอขายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีก โดยหารายชื่อร้านค้ามุ่งหวังจาก

สื่ออินเทอร์เน็ต จากนิตยสารสุขภาพในห้องสมุดของสถาบันการศึกษาในพื้นที่ หลังจากนั้นจึงส่งแผ่นพับ และจดหมายเสนอขายต่อไป ด้านการสื่อสารการตลาด กลุ่มควรดำเนินการด้านการสื่อสารด้วยแผ่นพับข้อมูลสินค้าต่อไป เนื่องจากผลวิจัยพบว่า ผู้ซื้อน้ำมันงาต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก ท้ายที่สุดกลุ่มวิสาหกิจผู้ผลิตน้ำมันงาตราสัญลักษณ์ควรต่อรองราคาขายปลีกกับคู่แข่งรายสำคัญให้วางจำหน่ายในราคาสูงขึ้น ซึ่งหากการเจรจาต่อรองประสบความสำเร็จ กลุ่มก็จะใช้กำไรที่เพิ่มมากขึ้นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

3) กลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านปางหมู การบริหารจัดการกลุ่มตามเอกสารหลักฐานมีการบริหารจัดการที่ดีพอสมควร แต่อย่างไรก็ตาม กิจกรรมหลักยังคงดำเนินการโดยสมาชิกแกนนำเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าการดำเนินงานดังกล่าวอาจทำให้ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว คล่องตัวในการดำเนินงาน แต่ความเข้มแข็งระยะยาวของกลุ่มก็จะไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร

แม้ว่ากลุ่มจะได้รับอุปสรรคการตลาดที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และการระบาดของไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 แต่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มก็ยังคงเป็นสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในระยะยาว ฉะนั้นการสร้างตราสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับกลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านปางหมูเป็นอย่างยิ่ง ด้านกลุ่มเป้าหมายการตลาด กลุ่มมองตลาดเป้าหมายในภาพรวม ๆ ว่าเป็นกลุ่มรักษาความงาม แต่จากการทดสอบตลาดพบว่า ตลาดน้ำมันงาบำรุงผิวแบ่งย่อยออกเป็น 3 กลุ่ม และแต่ละกลุ่มก็จะมีกลยุทธ์การจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน กล่าวคือ (1) กลุ่มผู้รักษาสุขภาพรับประทานอาหารปลอดสารพิษ ลูกค้านี้ต้องการผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่ผลิตจากธรรมชาติ ชื่อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากร้านขายผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น ไปใช้ ร้านค้าที่เข้าถึง คือ ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากเพื่อการท่องเที่ยวชั้นนำ และ (3) กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงาม แต่เน้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมาจากธรรมชาติผู้บริโภคกลุ่มนี้ซื้อสินค้าจากร้านขายผลิตภัณฑ์เครื่องหอม และเครื่องบำรุงผิวจากธรรมชาติ ฉะนั้นน้ำมันงาตราเกวียน จึงควรพิจารณากลุ่มเป้าหมายเป็น 3 กลุ่ม ทดสอบจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางที่เหมาะสม และประเมินผลสำเร็จในแต่ละกลุ่มเป้าหมายในระยะกลางต่อไป ด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์จะแตกต่างจากคู่แข่งในปัจจุบัน แต่ในอนาคตคาดการณ์ว่าจะมีสินค้าคู่แข่งพัฒนาตำแหน่งตราสินค้าที่ใกล้เคียงกลุ่ม ฉะนั้นกลุ่มจึงควรพัฒนาจุดแข็งของด้านการผลิตน้ำมันงาสด 100 % และการสกัดกลิ่นดอกไม้และสมุนไพรธรรมชาติที่ยากต่อการเลียนแบบของคู่แข่งต่อไป

ด้านการจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ น้ำมันงาตราเกวียนสามารถพัฒนารายการผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อขายให้แก่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มเดียวกันได้อีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ที่ใช้ร่วมกัน ได้แก่ สบู่ หรือครีมนวดผม เป็นต้น ส่วนด้านราคาจัดจำหน่ายพบว่า ยอดขายค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยได้รับข้อมูลด้านการขายจากพนักงานขายร้านค้าผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษแจ้งว่า ลูกค้ากลุ่มผู้รักษาสุขภาพแจ้งว่าราคาสูงเกินไป แต่ตรงข้ามกับพนักงานขายร้านค้าเพื่อความงามแจ้งว่า ราคาขายไม่แพง ฉะนั้นเป็นไปได้ว่าลูกค้า

2 กลุ่มนี้อาจมีความต้องการรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งกลุ่มอาจกำหนดเป็นกลยุทธ์การตลาดได้ 2 แนวทาง คือ (1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 สายผลิตภัณฑ์ คือสายผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นพิเศษ และจำหน่ายขายแพงกว่าอีกสายผลิตภัณฑ์หนึ่ง หรือ (2) กลุ่มผลิต 2 ตราสินค้าไปตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน 2 กลุ่ม ด้านการสื่อสารการตลาดพบว่า ผู้สนใจส่วนใหญ่จะเปิดทดสอบดมสินค้า ณ จุดขายก่อนตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการให้ลูกค้าทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนซื้อ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับสินค้า “น้ำมันงาตราเกวียน”

4) กลุ่มอ้าวแป้หล่อแป้บ้านปางหมู กลุ่มมีการพัฒนาบริหารจัดการกลุ่มได้น้อยกว่ากลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ ที่เข้าร่วมโครงการ เนื่องจากกิจกรรมการตลาดยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ทำการตลาดในลักษณะของขายส่งให้ผู้ค้าส่งค้าปลีก โดยไม่มีตราสินค้าของตนเอง ทำให้กลุ่มยังไม่ได้พบปัญหาอุปสรรคด้านการตลาดที่จะต้องพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มให้สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มต้องการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดร่วมกับโครงการวิจัยนี้ ที่จะมีตราสินค้าของตนเอง และต้องการสื่อสารตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของตนเองที่แตกต่างกับคู่แข่ง ซึ่งเป้าหมายที่เหมาะสมเพราะจะทำให้กลุ่มสามารถใช้กำลังการผลิตที่มีอยู่สูงสร้างยอดขาย และกำไรมากขึ้นส่วนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เห็นได้จากกิจกรรมการวิจัยในชั้นเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาโท ที่ชี้ให้เห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างชัดเจน เพราะการออกแบบตราสินค้า แผ่นป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและสื่อถึงถั่วจากธรรมชาติ และเป็นสินค้าภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม โครงการวิจัยพบว่า กำไรของกลุ่มยังต่ำมากเนื่องจากต้นทุนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสูงกว่าคู่แข่งมาก อาทิ ในการทดสอบตลาดที่วางจำหน่ายอ้าวแป้ที่ 45 บาทต่อถุง ในขณะที่คู่แข่งจำหน่ายในราคา 25 บาทต่อถุง แต่ลูกค้ากลุ่มผู้รักษาสุขภาพก็ยังยอมรับราคาค่อนข้างดี ฉะนั้นโครงการวิจัยในอนาคต จำเป็นต้องปรับค่าต้นทุนบรรจุภัณฑ์จาก 15 บาทต่อถุงให้ลดลงเหลือไม่เกิน 5 บาทต่อถุง เพื่อให้กลุ่มได้กำไรสูงขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ จากการทดสอบตลาดพบว่า นอกเหนือตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวแล้วกลุ่มยังสามารถจำหน่ายในกลุ่มเป้าหมายผู้รักษาสุขภาพอีกด้วย เนื่องจากตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ ฉะนั้นในอนาคตกลุ่มสามารถพัฒนารายการผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยถั่วลิสง ถั่วเหลืองถั่วเกลือต่อไป ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคตอาจทำร่วมกับการส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าพื้นบ้าน และสินค้าเชิงวัฒนธรรมร่วมกับหน่วยงานราชการ ซึ่งการเข้าร่วมงานดังกล่าวจะเป็นการแนะนำตราสินค้าของกลุ่มเข้าไปยังกลุ่มเป้าหมายผู้รักษาสุขภาพ และยังมีโอกาสพบและเสนอขายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกที่เข้าชมงาน และอาจทำโดยการเดินทางไปเสนอขายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีกโดยตรงอีกด้วย

5) กลุ่มผู้ผลิตถั่วเหลืองแผ่นบ้านปางหมู จากการศึกษาสภาพที่เป็นอยู่และการวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของกลุ่มพบว่า ถั่วเหลืองแผ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและแนวโน้มเติบโตในตลาดได้ เนื่องจากกระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคที่ต้องการ

ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมีตกค้าง ประกอบกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนเครื่องปรุงอาหารที่ผ่านการแปรรูปและมีสารตกค้าง อีกทั้งรสชาติของผลิตภัณฑ์ก็แตกต่างจากคู่แข่งชั้น มีการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มควรเพิ่มขอบเขตของการตลาดที่กว้างมากขึ้น โดยจำหน่ายตรงสู่ผู้ค้าปลีกให้มากขึ้นแทนการขายส่งเพียงอย่างเดียว

กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดควรเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในเขตเมือง เพราะราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ค่อนข้างแพงกว่านอกเมือง อันจะทำให้กลุ่มมีโอกาสทำกำไรได้มากกว่า แต่ช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดสดนอกเมืองส่วนใหญ่ มักจะมีถั่วเหลืองแผ่นราคาถูกลงขายอยู่แล้ว ฉะนั้นการแข่งขันด้านราคาในตลาดรอบนอกจึงมีความเป็นไปได้ยาก อย่างไรก็ตาม ผู้จัดการภาคหลวงแอร์พอร์ตพลาซ่าชี้แนะว่า ควรเพิ่มสูตรอาหารลงในผลิตภัณฑ์อีก เพราะจะช่วยให้นักท่องเที่ยวจากภาคอื่น ๆ ได้ทดลองซื้อไปรับประทานได้ นอกเหนือจากกลุ่มเป้าหมายข้างต้น ในขณะนี้กลุ่มได้วางแผนการขายตลาดไปยังชาวไทใหญ่ที่ย้ายถิ่นฐานไปอยู่กรุงเทพมหานครอีกด้วย โดยอยู่ในช่วงเริ่มแสวงหาข้อมูลด้านแหล่งที่อยู่อาศัย และแหล่งซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว

ด้านส่วนประสมการตลาดพบว่า บรรจุภัณฑ์ขนาด 500 กรัมจะเป็นทางเลือกสำหรับผู้ซื้อที่ใช้ถั่วเน่าจำนวนมาก แต่ก็ยังคงพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่แจ้งว่าขนาดบรรจุภัณฑ์มีขนาดที่ใหญ่เกินไป ฉะนั้นผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองแผ่นบ้านไผ่ยังคงต้องปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เล็กลงเหลือประมาณ 100 ถึง 150 กรัมต่อดู่ง เพราะความถี่ในการรับประทานของกลุ่มผู้ซื้อไม่สูงมากนัก และผลจากการลดขนาดบรรจุภัณฑ์ลง จะทำให้จำนวนเงินจ่ายต่อครั้งของลูกค้าลดลง และกลุ่มยังจำเป็นต้องสื่อสารให้กับกลุ่มได้ทราบถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์อยู่ เพราะข้อมูลสินค้าเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการตัดสินใจซื้อถั่วเหลืองแผ่น จากการทดสอบตลาดพบว่า สินค้าในภาคหลวงแอร์พอร์ตพลาซ่ามีหนอนเกิดขึ้น แต่ก็ได้รับแจ้งจากพนักงานขายว่าเคยเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์อื่นด้วย ซึ่งคาดว่าเป็นเพราะความชื้นของอากาศในศูนย์ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ไม่แห้งพอ จากการสนทนากลุ่มผู้ผลิตยอมรับว่าสินค้าชุดผลิตดังกล่าวควบคุมคุณภาพไม่ดีพอ และเป็นการผลิตช่วงฤดูฝน และกลุ่มก็ดำเนินการปรับปรุงทันที จากการตรวจสอบของนักวิจัยพบว่าสินค้าชุดผลิตต่อมาามีคุณภาพดีขึ้น

5.3. สรุปผลการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

(1) องค์การบริหารส่วนตำบลปางหมู รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลปางหมูได้กล่าวถึงแนวทางการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจว่า มีแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนอยู่แล้วแต่อาจจะยังไม่สอดคล้องกับโครงการวิจัย แต่ก็จะหาวิธีการร่วมกันพัฒนาในโครงการต่อไป

(2) สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอน อุตสาหกรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ให้แนวทางการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจว่า กรมมีการส่งเสริมสนับสนุนให้กลุ่มวิสาหกิจนำสินค้าไปแสดงในงานแสดงสินค้าชุมชนทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมทั้งได้รับทราบ

ปัญหาการแข่งขันการขายราคาต่ำของผลิตภัณฑ์น้ำมันงา รวมทั้งรับทราบการร้องขอให้เป็นคนกลางในการเจรจาต่อรองเพิ่มราคาขายปลีก ระหว่างตราษฎุทิพย์ที่อยู่ในโครงการวิจัยกับตราลัยไม้ ซึ่งทั้ง 2 ตราสินค้านี้เป็นคู่แข่งชั้นรายใหญ่ในผลิตภัณฑ์น้ำมันงาของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

(3) สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน เจ้าหน้าที่สำนักงาน ได้กล่าวสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐานคุณภาพ GAP และสนับสนุนการจัดตั้งและจดทะเบียนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการประชุมสรุปผลและนำเสนอผลงานวิจัยของโครงการฯ

5.4 แนวทางแก้ปัญหาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.4.1 จากปัญหาที่ราคาผลผลิตตกต่ำในบางช่วงฤดูนั้น จากการศึกษาวิจัยพบว่าการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตตามคำสั่งของผู้ค้าที่อยู่ในตลาดตัวเมืองหรือตลาดที่เชียงใหม่ ดังนั้นเมื่อผลผลิตเกินความต้องการจึงส่งผลทำให้ราคาลดลง เมื่อวิเคราะห์ช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตยังแคบ โครงการวิจัยจึงได้ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และนำไปทดสอบตลาดในตัวเมืองเชียงใหม่ ผลปรากฏว่า ได้รับการตอบสนองจากลูกค้าค่อนข้างดีโดยเฉพาะตลาดผลิตภัณฑ์ด้านรักษาสุขภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่ปลอดสารเคมี แนวทางการแก้ปัญหาดังกล่าวคือ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์หาช่องทางการตลาดในตลาดระดับที่สูงขึ้น ซึ่งโครงการวิจัยได้ทดลองทดสอบตลาดและได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

5.4.2 ควรสนับสนุนให้เกิดตลาดจำหน่ายสินค้าชุมชนขึ้นในหมู่บ้านปางหมู เนื่องจากบ้านปางหมูเป็นแหล่งผลิตสินค้าหลายประเภทได้แก่ ถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าแคบ) ถั่วแปล่ ถั่วแปจ่อ ถั่วลิสงคั่ว ถั่วเหลืองคั่ว น้ำมันงาและผลิตภัณฑ์จากงา น้ำผึ้งป่า ขนมังการปัก-เย็บผ้าไต การจักสานไม้ไผ่ แต่สินค้าเหล่านี้ยังไม่มีแหล่งตลาดรองรับ โดยเฉพาะตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวในฤดูกาล ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรสนับสนุนการจัดตั้งตลาดหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนของหมู่บ้านปางหมูเพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านปางหมูและหมู่บ้านใกล้เคียง มีช่องทางการตลาดได้เพิ่มมากขึ้น

5.4.3 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนแหล่งทุนและสินเชื่อในขนาดที่เหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเหล่านี้ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิต ปรับปรุงโรงเรือน ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ดีขึ้นเหมาะสมมากขึ้น ตลอดจนสามารถปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ลดค่าใช้จ่ายจากการใช้พื้นที่เช่าเพลิง ซึ่งในอนาคตพื้นจะหายาก และราคาจะสูงขึ้นด้วยการปรับปรุงไปใช้เช่าเพลิงที่เหมาะสม

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไป

1) ควรดำเนินการศึกษาวิจัย เจาะลึกด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งตลาด ถั่วเหลืองแผ่น (ถั่วเน่าแค้น) ถั่วแปพล้อ ถั่วแปจ้อและถั่วลิสงคั่วและตลาดน้ำมันงา เพื่อหาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม จึงไม่สามารถส่งเสริมการตลาดแบบทั่วไปได้

2) ควรส่งเสริมผู้ผลิตรุ่นใหม่ให้เข้าถึงความรู้ทางการตลาด ความรู้ทางการเงิน เรียนรู้แหล่งเงินทุน เรียนรู้เทคโนโลยีและแนวคิดการผลิตใหม่ ๆ ตลอดจนเปิดโลกทัศน์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นด้วยการจัดอบรมระยะสั้นและศึกษาดูงาน เช่น จัดอบรมการวางแผนธุรกิจหรืออบรมผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เป็นต้น

3) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการเก็บรักษาวัตถุดิบถั่วหลวงเพื่อป้องกันแมลง โดยวิธีชีวภาพ ทั้งนี้เนื่องมาจากกลุ่มวิสาหกิจพบปัญหาแมลงกัดกิน วิธีการเก็บวัตถุดิบจะใช้วิธีใส่กระสอบพลาสติก แล้วคลุมด้วยผ้าใบ ข้อมูลจากกลุ่มพบว่า การเก็บรักษาถั่วของชาวบ้านโดยทั่วไปไม่ทำให้แมลงกัดกินเลย เพราะชาวบ้านจะโรยยาฆ่าแมลงรอบ ๆ ถั่ว ถั่ว กลิ่นของยาจะอบอยู่ในผ้าใบแล้วทำให้ไม่มีแมลงกัดกิน แต่กลุ่มไม่ใช้สารเคมีช่วยดังกล่าวเลยทำให้แมลงเข้ากัดกินถั่วเป็นรู สมาชิกเคยพยายามใช้สมุนไพรพื้นบ้านที่มี เช่น ใบกะเพราช่วยจับไล่แมลง แต่ก็ไม่ได้ผล ฉะนั้นจึงต้องการให้สถาบันการศึกษาช่วยในการศึกษาวิจัยการเก็บรักษาวัตถุดิบถั่วหลวงโดยวิธีชีวภาพ

4) ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับความตระหนักของผู้บริโภคกับการใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการหีบน้ำมันงา ทั้งนี้เพราะกลุ่มผู้ผลิตน้ำมันงาในโครงการวิจัยพบปัญหาการแข่งขันขายราคาต่ำ ซึ่งราคาดังกล่าวเป็นราคาที่ทำให้กลุ่มมีกำไรเพียงเล็กน้อย ทั้งที่ต้นทุนบางอย่าง เช่น ค่าแรงงานไม่สามารถคิดเต็มราคาได้ ประกอบกับคู่แข่งรายสำคัญใช้เครื่องจักรในการหีบน้ำมันงา ไม่ได้ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านชาวไทเหมือนผลิตภัณฑ์ในโครงการ ฉะนั้นการวิจัยจึงต้องการข้อมูลเพิ่มเติมว่า ผู้บริโภคมีความตระหนักในด้านการหีบน้ำมันงาโดยภูมิปัญญาพื้นบ้านมากน้อยเพียงไร และกลุ่มสามารถใช้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ คือ การหีบด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้านชาวไทใหญ่ ช่วยในการยกระดับราคาขายปลีกให้สูงมากขึ้นกว่าเดิมได้หรือไม่

5) ควรวิจัยหาความเป็นไปได้ของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเพิ่มเติม เพราะผลจากการทดสอบตลาดพบว่า ตลาดผู้รักสุขภาพมีแนวทางการเติบโตที่ดี ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่สามารถสรุปถึงความเติบโตของตลาดได้ดีนัก เนื่องจากอยู่ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และเกิดการระบาดไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 นอกจากนี้แล้วผลิตภัณฑ์ถั่วหลวงทองยังมีตลาดในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ขบเคี้ยวทั่วไป ที่จำหน่ายในร้านขายของชำ และร้านมินิมาร์ท ที่ยังไม่ได้ทำการทดสอบตลาดในโครงการนี้ ฉะนั้นจึงควรศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดเป้าหมายทุก ๆ ตลาด ก่อนทำการขยายตลาดเพื่อสร้างยอดขายและกำไรต่อไป

6) ควรจัดทำกรวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างยอดขาย และกำไร ซึ่งการวิจัยโครงการนี้ได้พัฒนาศักยภาพการตลาดพื้นฐานของกลุ่ม แผนกลยุทธ์การตลาด และการจัดการตราสินค้า และทดสอบการขายในกลุ่มตลาดเป้าหมายส่วนหนึ่งให้แก่กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการไปแล้วขั้นตอนนี้ทางธุรกิจต่อไป คือ การปรับปรุงส่วนประสมผลิตภัณฑ์ให้เกิดกำไรต่อหน่วยมากขึ้นแล้ว ขยายตลาดทางด้านภูมิศาสตร์ไปยังจังหวัดอื่น ๆ ในเขตภาคเหนือ หรือกรุงเทพมหานคร หรือทั่วประเทศไทย พร้อมทั้งจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้ได้ยอดขาย และกำไรตามต้องการ แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน โครงการยังมีความเข้มแข็งไม่เพียงพอ ฉะนั้นจึงต้องการโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการจัดการตลาด และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายต่อไป

7) โครงการจัดการเรียนรู้ด้านการตลาดจากตลาดท่องเที่ยว ฤดูกาลปีพ.ศ.2552 ถึง 2553 โครงการวิจัยนี้ได้จัดสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมในโครงการวิจัย โดยได้รับการอนุเคราะห์สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดสารเคมีบ้านปางหมูที่โครงการวิจัยได้จัดทำป้ายโฆษณาบอกทางจำนวน 5 ป้าย เพื่อเชิญชวนให้ผู้สนใจเข้าชมการหิบน้ำมันงาด้วยแรงงานสัตว์ ฉะนั้น จึงควรมีการวิจัยต่อยอดด้านการจัดจำหน่ายเพื่อติดตามผลการดำเนินงานต่อไปว่า กลุ่มที่เข้าร่วมโครงการสามารถบูรณาการความรู้ได้ดีเพียงใด

